COWORKINGSPAIN®

Magazine 006

Especial

Coworking Spain Conference 2014

Contenido

Coworking, el comienzo de la economía colaborativa 4
Coworking y StartUps 5
Errores más communes de Coworking 6
El nuevo paradigma laboral 8
Cómo y cuándo expandirse 9
Coworking y Crowdfunding 11
Coworkings especializados y nuevos modelos de Coworking 12
Workshops para gestores: aprender desde la práctica 14

1. Reto Coworking
2. El Co del Working
3. Lets Co
4. Dragon **Dreaming aplicado al Coworking**

Conclusiones 16

Coworking Spain Conference 2014

Contacto.
CoworkingSpain.es
CoworkingSpainConference.es
hello@coworkingspain.es
coworkingassembly

Coworking Spain Conference 2014 by Manuel Zea is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación periódica, por cualquier medio o procedimiento, sin para ello contar con la autorización previa, expresa y por escrito de CoworkingSpain.

Patrocinadores Oro

Martin Miller's Gin

Patrocinadores

Estrella Damm, Correos, Copass, deskmag, Press 42, Master de Emprendedores, Zona [Co]

Organiza

CoworkingSpain®

Coorganizan

Impact Hub Madrid, transformadcn, utopic_US

Coworking Spain Conference 2014

El espacio Impact Hub Madrid, puso su espacio a disposición de la organización para acoger la tercera edición de la Coworking Spain Conference en Madrid los pasados 25 y 26 de Abril.

CoworkingSpain junto a utopic_US, Impact Hub Madrid y transforma bcn organizaron este evento para discutir sobre el nuevo paradigma laboral y el auge de la economía colaborativa.

Ya han pasado más de seis años desde que empezaron a nacer los primeros espacios de Coworking en España y según las últimas estadísticas, España cuenta ya con más de 400 espacios y 130.000 m2 destinados a Coworking. Esto significa que más de 7.000 autónomos, freelancers y startups están trabajando y compartiendo la misma filosofía de trabajo bajo el techo del Coworking.

La evolución de este fenómeno cada vez es más evidente, no sólo por el interés que se muestra a través de todos aquellos coworkers y gestores de espacios que forman esta comunidad, sino que cada vez son más las instituciones públicas, universidades y grandes empresas que utilizan el Coworking como forma de trabajo; por lo qué ya no se queda en el nivel del pequeño empresario.

No paramos de ver como forma parte de nuestra vida, no sólo con los eventos, talleres, libros, workshops, conferencias… sino que podemos encontrar mucha información tanto en la prensa de hoy en día, como en Internet sin tener que indagar mucho.

El Coworking no es sólo una nueva forma de trabajo, sino que pasa a ser una filosofía en sus corporaciones, ya que las instituciones públicas denominan el Coworking cómo un fenómeno social en expansión, y ha pasado a formar parte del proceso de formación de los futuros empresarios aplicándolos a títulos como marketing y sociología.

Cómo consecuencia de este fenómeno, empresas basadas en el Coworking realizan conferencias a nivel nacional como Coworking Spain Conference, para reunir a todos aquellos que están interesados en esta filosofía, con el fin de llevar a otro nivel el Coworking; además de poner en contacto y compartir experiencias de todos aquellos que forman parte de esta comunidad.

Coworking, el comienzo de la economía colaborativa

Ponentes: Patricia de Llano (Near Me), Luis Tamayo (Simbyosi), Ignasi Alcalde (Cotalent)

Moderador: Marcus Hurst (Yorokobu)

La sociedad colaborativa fue el tema abordado en la primera mesa de Coworking Spain Conference 2014. Moderada por Marcus Hurst, fundador de Yorokobu, reunió a Luis Tamayo, sociólogo experto en economía colaborativa, Patricia de Llano, ingeniera en telecomunicaciones e impulsora de la "sharing economy" desde Near Me, plataforma online que permite crear empresas basadas en el principio de economía de intercambio, e Ignasi Alcalde, consultor docente en Universitat Oberta de Catalunya e impulsor y dinamizador de la plataforma de colaboración y talento COtalent con la misión de compartir contactos y conocimiento para dinamizar determinados colectivos profesionales, educativos y empresariales. A lo largo de la conversación, los tres ponentes explicaron de qué forma consideran que la economía colaborativa está cambiando el mundo tal y como lo conocemos.

En su intervención, Luis Tamayo destacó el cariz "P2P" de este modelo, basado en la relación entre particulares, y que ha despertado el interés de autoridades, sectores tradicionales y medios de comunicación. Y es que más allá de los vacíos legales y el interés de las Administraciones en involucrarse en estas actividades y aplicarles medidas impositivas, las iniciativas colaborativas han resultado ciertamente incómodas para algunos sectores tradicionales que han visto su modelo de negocio "afectado" (especialmente sectores como el alojamiento o el transporte) por esta nueva forma de entender el consumo y la economía.

Patricia de Llano, que desarrolla su actividad en Estados Unidos, indicó la actitud distinta que encuentran por parte de las autoridades ante lo que ya se considera un movimiento imparable: el entusiasmo y la confusión conviven, si bien las autoridades parecen más dispuestas a colaborar. Y es que la economía colaborativa tiene beneficios no sólo económicos: sino sociales y culturales, y sobre todo relacionados con la sostenibilidad, como es el caso de los coches. ¿Qué exige por parte del usuario? Confianza y un cambio de mentalidad: ahora lo importante no es la posesión del bien, sino el acceso a éste. A tenor del ahorro que supone para el bolsillo del consumidor, sería lógico pensar de que se trata de una tendencia resultado directo de la crisis, tras la que el individualismo extremo volvería, pero lo cierto es que no es así. Sin duda la nueva experiencia de compra del consumidor ha repercutido de forma determinante en el crecimiento exponencial del consumo colaborativo. En palabras de Luis Tamayo este modelo económico nos permite "volver a consumir con gusto" y alejarnos de la connotación negativa que se atribuía al consumo. Y es que para el sociólogo, la forma en la que consumes también es un indicador de cómo piensas, cómo ves el mundo y qué tipo de sociedad deseas. Por otro lado, alejada del consumo masivo, la economía que plantea el modelo colaborativo es realmente eficiente. "En Estados Unidos las herramientas de bricolaje que todo el mundo necesita en un momento determinado se utilizan 3 minutos a año, ¿qué sentido tiene por lo tanto invertir dinero en un instrumento que apenas usarás, cuando podrías compartirlo?", se preguntaba Patricia de Llano.

Ante la expansión de una corriente es lógico preguntarse hasta cuando permanecerá fiel a su naturaleza: esta fue una cuestión que Marcus Hust quiso plantear a los participantes en la conferencia, sobre todo ante el éxito de algunas empresas del sector que han cobrado gran fuerza, siendo realmente potentes, y por lo tanto, más "ricas", como puede ser el caso

de Airbnb o Blablacar. Una evolución que Patricia de Llano no percibe como amenaza, ya que la destrucción de la comunidad creada por estas empresas sería su fin "Abandonarlas es tan sencillo como cambiar de plataforma", afirmó. Y es que los valores asociados a este modelo tienen tanto peso, que si las empresas los descuidasen, incrementando precios, por ejemplo, estarían escribiendo su epitafio. Como en el caso de las redes sociales, nada es definitivo, explicaba Luis Tamayo, ya que puedes estar en una, en varias, o puede que una sea la más potente hoy y en un abrir y cerrar de ojos sea desplazada.

Ligados a esta nueva mentalidad surgen valores que influyen en nuestra forma de entender el trabajo, el desarrollo personal y la formación, un aspecto que Ignasi Alcalde destacó en su intervención, señalando que "la moneda del siglo XXI no es la información, sino el conocimiento que está en las personas, en su experiencia vital y profesional". Hoy en día, un título académico ya no es definitivo: ésta es una sociedad cambiante en la que el conocimiento debe renovarse y fluir para no quedarse obsoleto; interactuar es una forma de preservarlo. Esta tendencia colaborativa aplicada al proceso de aprendizaje constituye la génesis de la plataforma COtalent, en la que se busca aunar, compartir e intercambiar conocimiento, siempre acorde a los parámetros de transparencia y confianza. Ante estos valores, es lógico pensar que el dinero deje de ser el único fin.

La adquisición del conocimiento fruto de cada proceso se convierte en una recompensa tan inspiradora como motivadora; en una parte esencial de un nuevo paradigma social orientado hacia fomentar una la mentalidad colectiva en detrimento del feroz individualismo que ha prevalecido durante décadas.

Coworking y StartUps

Ponentes: Alex Barrera (Startup Digest), Raúl del Pozo (Cink Emprende), Carmen Crespo (Plató de Joves)

Moderador: Rafael Moreno (ZonaCo)

¿Pueden funcionar los centros de Coworking como aceleradores empresariales? ¿Qué colaboración existe o puede darse entre los espacios de trabajo colaborativos con las starts ups? Lo cierto es que ante los nuevos paradigmas sociales y empresariales la relación entre estos dos ámbitos es cada vez más estrecha y habitual, algo que pudimos comprobar en la segunda mesa de Coworking Spain Conference 2014. Ante los casos que expusieron tres emprendedores ligados al Coworking y tendencias colaborativas. Alex Barrera (Chief WOWness Officer en Press42.com, cofundador y editor asociado en tech.eu y cofundador de Tetuan Valley), Raúl del Pozo (Socio fundador de Cink Emprende, aceleradora de empresas), y Carmen Crespo (gerente de la asociación Joves Empresaris de Balears en Menorca), fueron los encargados de debatir en esta segunda mesa, moderada por Rafael Moreno (fundador y editor de Zona Coworking).

La relación de Alex Barrera con el mundo del Coworking no respondió a un plan premeditado. Recuerda como en su oficina tenían espacio libre así que decidieron dejar a diferentes profesionales usar el espacio que ellos no aprovechaban. Para su sorpresa, el interés iba creciendo, y solían derivar a muchos de los autónomos y emprendedores que llegaban a sus oficinas al estudio Banana (centro de Coworking). Aquella experiencia sin duda les influyó, de manera que cuando tuvieron su aceleradora de starts ups Tetuan Valley en un espacio más amplio dejaron espacio de Coworking, lo que de alguna forma les ayudaba a promover que start ups y profesionales autónomos interactuasen en ese entorno. Las personas que allí se reunían buscaban información de valor añadido. Organizaban charlas y mesas redondas lo que atraía a profesionales que querían saber como poner un proyecto en marcha o apostar por un determinado producto. El objetivo que tenían no era invertir, pues pronto se habían dado cuenta de que lucrarse con una start up era complicado, sino fomentar la creación de start ups. Y es que para este joven iniciador aventurarse a fundar una start up conlleva complicaciones y duros retos, además de un nivel extremo de trabajo asociado. "Es importante entender que una start up no es un negocio: tiene otro ADN, exige otro tipo de actitud y compromiso". De lo que no parece tener duda es del valor que las tendencias colaborativas, propiciadas por el Coworking, pueden aportar a este tipo de iniciativas.

Raúl del Pozo montó su primera empresa muy joven, concretamente en el año 98, y estuvo con ella hasta 2011. Finalizada esta etapa, y a la búsqueda de inspiración para nuevos proyectos, pronto se dio cuenta de que todas aquellas personas que conocía que querían montar su propia empresa le preguntaban y confiaban en él. "De alguna forma, antes de Cink Emprende, ya estaba realizando ese trabajo para las personas de confianza", narraba. Consciente de que era una necesidad creciente y una oportunidad de negocio, y sobre todo, apasionado por esa labor de colaborar y asesorar, lanzó su la aceleradora de empresas Cink emprende. El objetivo del proyecto es brindar un servicio que pueda cubrir todas las necesidades de las empresas en sus inicios. Y para ello, ofrece un espacio de Coworking en el que los emprendedores pueden adquirir metodologías que les servirán en sus proyectos. En cuanto al espacio, recomienda tener una zona de incubadores de empresas y otra de despachos para tener un ciclo de vida del cliente de 4 o 5 años, pues lo normal es que empiecen en la zona colaborativa y luego pidan un despacho aparte. Otro servicio de valor son los programas de mentoring que ofrece Cink Emprende. Para ello cuentan con 5 personas en plantilla que

pueden ser mentores principales de determinados proyectos. El empresario dice qué desea conseguir y de esa forma se define un plan de trabajo. Actualmente en su espacio conviven alrededor de 35 empresas; algunas empezando y otras ya en funcionamiento, con equipos de 6 o 7 profesionales. Su objetivo no es sólo de negocio, sino también formar a profesionales que quieran fundar sus propias compañías y crear una cultura empresarial mediante la colaboración y la interacción.

En la aparición del espacio de Joves Empresaris de Balears en Menorca el azar también tuvo que ver, junto al empuje de Carmen Crespo, gerente de la asociación y comprometida con el apoyo a emprendedores jóvenes que quieran montar su empresa. El proyecto inicial estaba orientado a la creación de un espacio dedicado al intercambio de conocimiento y en el se fomentara la sinergia entre emprendedores. Sin embargo, al llegar la crisis, el proyecto se congeló, lo que no significó su desaparición. "Pensamos, ¿lo importante es el dinero o que haya gente que lo mueva?" Optaron por la segunda premisa: con determinación y gracias al apoyo de un mecenas que invirtió y aportó naves vacías disponibles, los miembros de la asociación decidieron aprovechar la oportunidad y lanzarse a la aventura.

La distribución de este espacio de la asociación sigue un modelo combinado: espacios compartidos y despachos privados permiten acoger a todo tipo de perfiles y proyectos. "Generalmente la gente empieza en las zonas de Coworking para dar forma a sus proyectos desde la colaboración y la interacción. Cuando avanzan y sus proyectos están más definidos, suelen trasladarse a los despachos" explicaba Carmen. Además de jóvenes emprendedores y autónomos que desarrollan su labor en el espacio, tienen socios que usan como punto de encuentro la asociación. ¿Su objetivo? Que sea un centro empresarial y de Coworking, y la gente se acostumbre a acudir para participar en las actividades de networking. Les gustaría que en su espacio se acostumbrasen a compartir, a frenar ese impulso "tengo una idea maravillosa y no quiero que me la copien" para fomentar en su lugar el pensamiento colaborativo: la nueva forma de pensar del emprendedor del S. XXI.

Errores más comunes de Coworking

Ponentes: Jesús de Villadóniga (La Industrial), Oskar García Kerejazu (Co.lab Bilbao), Lola Gutiérrez (GoWorking)

Moderador: Carlos Almansa (Nexudus)

La corriente Coworking cobra fuerza y atrae cada vez a más personas. Es habitual que emprendedores o profesionales con una vocación colaborativa se lancen a abrir su propio espacio. Sin embargo la apertura de uno de estos centros no debería ser un acto impulsivo, sino responder a un detallado plan de negocio. En este sentido, conocer las vivencias de otros gestores puede sernos de utilidad para estar preparados ante los contratiempos más frecuentes al abrir un centro de Coworking. Moderada por Carlos Almansa, (Cofundador de Néxudus Spaces), la tercera mesa de Coworking Spain Conference 2014 contó con Jesús de Villadóniga (cofundador de La Industrial), Oskar García Kerejazu (gestor de Co.lab Bilbao) y Lola Gutiérrez (gestora y fundadora de GoWorking). La conversación entre los ponentes estuvo dedicada a revisar algunos de los errores más frecuentes al afrontar la gestión de un espacio de Coworking desde sus respectivas experiencias.

Las motivaciones para abrir un espacio son diversas, pero la ilusión y el empuje ha de ser un necesario denominador común, como lo ha sido en las tres historias que protagonizaron la mesa.

Y fueron las ganas de reinventarse a través de un nuevo proyecto las que inspiraron y animaron a Jesús de Villadóniga, a interesarse por las corrientes colaborativas y el mundo del Coworking. Él y sus socios decidieron buscar un espacio en el que fuese posible configurar un ecosistema orientado a unir a gente con las mismas inquietudes: así nació La Industrial, en el barrio madrileño de Malasaña.

En el caso de Oskar Kerejazu, fue el Coworking el que le descubrió. Su primer proyecto surgió desde una reunión de 6 personas que, dedicándose a la misma actividad y trabajando de forma externa, solicitaron al Ayuntamiento un espacio en para reunirse y trabajar. Aunque cada uno llevaba proyectos distintos, convivir en el espacio les permitía intercambiar puntos de vista, intercambiar experiencias y colaborar. Así fue como se gestó su primer centro de Coworking al que llamaron "Coworking, un sin vivir" y que no llegó a buen término, aunque sí le permitió aprender sobre esta corriente. Hoy en día gestiona Co.lab Bilbao, situado en la ciudad vasca y en que además de ser un espacio de trabajo, constituye un entorno perfecto para la organización de actividades divulgativas, formativas y profesionales.

El punto de partida GoWorking, fue fruto de una corazonada (y mucha pasión) de Lola Gutierrez. Tras asistir a la primera Coworking Spain Conference, esta fotógrafa profesional freelance salió contagiada del espíritu colaborativo. Su ilusión fue el motor de la puesta en marcha de su espacio; de hecho explica que no hizo el oportuno estudio de mercado previo, ni siguió una estrategia de negocio, como sin embargo recomienda trazar. Simplemente, una vez que encontró un lugar adecuado (en la céntrica calle de Madrid Alberto Aguilera) y tuvo lo básico para instalarse, probó a colgar un cartel poniendo “espacio de Coworking”. Esa misma tarde recibió una llamada y enseñó el espacio vacío a los miembros de una start up que decidieron ser sus primeros coworkers. Se iniciaba así una carrera contrarreloj para constituir la comunidad que había anunciado a sus clientes: trabajo extremo y un férreo compromiso con su proyecto la ayudarían a conseguirlo.

Política de precios y servicios: ¿qué es lo más conveniente?
En la primera fase del negocio, la política de precios y el tipo de servicios a ofrecer constituye una de las decisiones más complicadas para los gestores.

En el centro La Industrial han apostado por combinar tarifas fijas con tarifas flexibles, además de fomentar y crear diversas actividades como la impartición de talleres y cursos, dado que cuentan con un espacio polivalente situado en el corazón del barrio madrileño de Malasaña. Los fundadores sí hicieron antes de abrir el espacio un estudio de mercado para conocer los precios de otros centros próximos y no hacer competencia desleal.

Lola Gutierrez, por su parte, ha probado distintas fórmulas en GoWorking hasta dar con el precio adecuado. "Creo que fijarte en otros espacios no sirve porque no ofrecen lo mismo que tú", afirma. Su aprendizaje se ha basado en probar, equivocarse y rectificar, y no sólo en cuanto al precio, sino en cuanto a la oferta de servicios: "Al principio empecé incluyendo puestos flexibles y fijos, y también ofreciendo el espacio para eventos, pero a medida que el proyecto iba avanzando tuve que simplificar", explicó. Hoy todo lo que tienen en el espacio son puestos fijos.

Oskar Kerejazu ha combinado el centro de Coworking con la organización de eventos y talleres: "Los talleres no sólo permiten llegar a perfiles que pueden ser interesantes para el centro, sino que también ayudan a darse a conocer, ya que por su contenido pueden tener repercusión mediática", explica. Por esta razón, recomienda contar con un espacio que permita además de alquilar la estancia en sí, organizar actividades y cursos. "Contamos con una sala polivalente de unos 120 metros cuadrados en la que caben 50 personas sentadas y unas 100 de piel, y está equipada con audio para eventos que tengan esas necesidades, por ejemplo". En cuanto a los puestos y precios, en Co.lab Bilabo ofrecen diferentes posibilidades para los coworkers: puestos permanentes, media jornada (mañana /tarde) o packs (5 días o 1 día), por ejemplo.

Generando comunidad en el entorno físico apropiado
Otro de los retos que más problemas plantea en un inicio y que constituye un valor fundamental de todo centro es la creación de comunidad: para generarla y sobre todo consolidarla es necesario llevar a cabo diversas actividades y utilizar distintas herramientas. Una a tener en cuenta es el uso apropiado de las redes sociales: éstas no sólo sirven para reforzar los lazos entre los miembros, sino para captar nuevos perfiles y mantener la relación con antiguos miembros, lo que se traduce en una comunidad mucho más fuerte. La selección de coworkers también es importante, si bien no es necesario que los perfiles profesionales estén directamente relacionados, sino más bien que el gestor del espacio actúe como un verdadero conector, sabiendo a qué se dedica cada uno para conectarlos.

Por último, no se debe desestimar la importancia del mobiliario, es necesario optar por mesas y sillas que resulten cómodos y propicien un ambiente funcional y atractivo de trabajo. Tal y como explica Jesús de Villadónica de La Industrial "Los centros son los lugares de trabajo de los coworkers; deben ser sitios en los que se sientan cómodos no sólo trabajando, también recibiendo a sus clientes. Este es un aspecto crucial para ellos". Por ejemplo, en el caso de que se organicen eventos, sería necesario optar por un mobiliario fácilmente desmontables. Además, también debe valorarse la posibilidad de incluir taquillas, sobre todo por los posibles problemas de seguridad. Y es que siendo transitados como son estos espacios, garantizar una "tranquilidad" a los profesionales que desarrollan su actividad en ellos es esencial, especialmente en centros en los que se organizan muchas actividades abiertas al público y no es posible controlar entradas y salidas. Instalar cámaras de seguridad es una opción que ciertos espacios contemplan, si bien hay que tener en cuenta que muchos coworkers no se sienten cómodos ante la posibilidad de ser grabados.

Si bien no existe el manual perfecto para crear un centro de Coworking, los errores frecuentes suelen ser

comunes en muchos casos: la experiencia de otros gestores es de gran utilidad para estar preparados ante los posibles problemas asociados a la puesta en marcha de uno de estos proyectos.

El nuevo paradigma laboral

Ponentes: Sergio Fernández (Pensamiento Positivo), Stefano Borghi (Copass), Krloos Rivera (Las Naves)

Moderador: Mikel Oleaga (Impact Hub Madrid)

La crisis estructural que atraviesa el capitalismo nos obliga a cuestionar la realidad que hemos conocido. No hay duda de que el sistema económico y la sociedad atraviesan una era de cambio que previsiblemente afectará al paradigma laboral tal y como lo entendíamos hasta ahora. Éste fue el tema sobre el que conversaron Sergio Fernández (Pensamiento positivo), Stefano Borghi (Copass) y Krloos Rivera (Las Naves) en un debate moderado por Mikel Oleaga (Impact Hub Madrid) con el que se abrió la segunda jornada de la Coworking Spain Conference 2014.

Nuevos valores en una nueva era

El fin del mundo laboral que conocíamos es una realidad que ya forma parte del presente, y que según Sergio Fernández, constituye una prueba definitiva de que el capitalismo ha terminado. En una era en la que lo multitudinario se impone a lo masivo debido en buena parte al desarrollo de los medios sociales, el capitalismo ha sido desplazado por el *talentismo;* o lo que es lo mismo, el talento hoy en día es más escaso que el capital. "El principal medio de producción social es el cerebro. Es como si en la era agraria todo el mundo hubiera nacido con un latifundio, o como si en la era del capitalismo todo el mundo hubiera nacido con dos fábricas. El problema es que no somos conscientes; aún seguimos empeñados en vivir en la era antigua", explica Sergio. Una premisa optimista para plantear una nueva realidad a los profesionales en la que acomodarnos en la tan nombrada zona de confort no tiene cabida si queremos desarrollarnos profesionalmente. Hasta ahora como trabajadores estábamos acostumbrados a abordar nuestras obligaciones profesionales en el día, para dedicar nuestro tiempo libre a nuestras aficiones, pero ahora ya no hay trabajos, sino proyectos. "Vales profesionalmente tanto como vale tu último proyecto. Lo importante es cuantos proyectos nuevos tienes entre manos. Y además debes ser consciente de que alguien hará eso más barato que tú, por lo que no debes quedarte ahí". La idea de continua renovación implica también el fin de la obsesión por la titulación: la cuestión es la capacitación, lo que exige una formación continua. Otro cambio que Sergio señala es el fin de los “clientes” para encontrarnos con miembros de tribus; personas que están apasionadas por lo que haces y desean adquirirlo. Esto repercute también en la búsqueda de empleo y los perfiles más buscados: no podemos ser generalistas, necesitamos saberlo casi todo de un área muy pequeña para así poder generar servicios y productos innovadores y muy genéricos, pero dirigidos a un grupo muy concreto. Hablamos de productos de tribu, por tanto. La producción no puede basarse en la repetición, sino en la innovación. Y no es algo negativo, muy al contrario, podemos y debemos preguntarnos: "¿Cuáles son mis dones y cómo puedo ponerlos al servicio de los demás?"

La pasión: ese combustible inagotable

Esbozado este escenario es lógico pensar que la pasión es lo que inspirará a las personas. "El concepto de tribu viene precisamente de la pasión. Es esto lo que moverá a usuarios y emprendedores", matizó Stephano Borghi. ¿Era por lo tanto necesario este cambio laboral? ¿Por qué se ha generado? Krloos Rivera alude al amor por aquello que hacemos. Cada vez son más personas las que no quieren trabajar toda la vida en algo que no les gusta, sino que quieren dedicarse a aquello que les apasione. Esto hace que vida y trabajo se mezclen hasta tal punto de que nuestra ocupación sea una parte fundamental de nuestra vida: se entrelazan así los aspectos vitales con los laborales. La crisis ha llevado a la mayoría de profesionales a hacerse esta pregunta. "Hasta que no se han sentido realmente incómodos y han salido de su zona de confort no han empezado a actuar. En este sentido, es posible que la crisis haya sido una forzosa e incómoda motivación", firma Rivera. Una situación que a la vez nos abre un enorme abanico de posibilidades. La experiencia de trabajo y de vida aportan valor. Un ejemplo lo constituye el turismo. Y es que ya no viajamos igual que antes. "El objetivo no es sacarse fotos en sitios de interés, sino vivir nuevas experiencias, integrarse en nuevos entornos sociales, conocer otras tribus", apuntó Stefano Borghi.

El Coworking como adalid del nuevo paradigma laboral

La aportación de los espacios de Coworking a este nuevo paradigma, más colaborativo y mestizo, es clara. Para Sergio Fernández, constituyen la primera prueba de que la empresa tal y como la conocemos, ha terminado. "Hay dos conceptos que se quedan anticuados en este mundo: el de red y el de nación. Los espacios de Coworking permiten visualisar lo que siempre hemos sido: seres humanos colaborando para sacar proyectos adelante", explica. Pero además, son viveros eficaces para desarrollar nuestro talento y vocación. La voluntad de hacer cosas nuevas y de crear lleva a los profesionales a buscar espacios inspiradores, en los que puedan encontrar a otras personas que trabajan en sus pasiones, tienen una nueva forma de pensar y comparten otros puntos de vista, no sólo laborales, sino vitales. Funcionan como auténtica puerta de entrada a otras realidades, algo de gran valor cuando viajas. "Recomiendo a cualquier persona que viaje que visite un centro de Coworking: es la mejor forma de entrar de lleno en un país", afirma Stephano Borghi..

Ante un mundo que parece cambiar a ritmo de vértigo…¿qué podemos hacer para cambiar nosotros? ¿Nos hemos quedado atrás? Ni mucho menos. “Cuando decimos que hay un mundo que está cambiando es porque nosotros hemos cambiado. Todo lo material tiene origen en lo inmaterial”, apunta un optimista Sergio Fernández. Lo que pasa es que cuando cambiamos tarda un poco en hacerse visible. ¿Dónde mirar entonces? “Dentro, ahí es donde tenemos que encontrar las referencias para tomar las decisiones, desde nuestro amor a las cosas y no desde el miedo”, concluye.

Cómo y cuándo expandirse

Ponentes: Miguel Ángel Calero (Cosfera), Francisco Cámara (Freeland Coworking), Melesio Peña & Marcelo Vázquez & Rafael Ruiz (Cocorocó)

Moderador: Vanesa Sans (Transforma bcn)

Cuando un centro de Coworking empieza a ser conocido en una zona puede llegar a tener una demanda más alta de lo esperado en su apertura. ¿Qué hacer ante esta situación? Quedarse en una superficie reducida si se tiene la fuerza de crecer puede ir en detrimento del negocio, sin embargo expandirse tampoco es una tarea fácil. Hay que tener en cuenta el incremento de costes que supondrá la inversión además de las posibles molestias que se pueden causar a los coworkers, especialmente si estamos obligados no sólo a cambiar de espacio, sino de zona. Para analizar esta situación, Miguel Ángel Calero (Cosfera), Francisco Cámara (Freeland Coworking) y Marcelo Vázquez (Cocorocó) conversaron en la segunda jornada de la Coworking Spain Conference 2014, moderados de Vanesa Sans (transforma Bcn).

No todos tenemos las mismas razones para crecer

¿Cuándo plantearse la ampliación? Quizá esta sea la pregunta del millón si hablamos de iniciar una fase de expansión en nuestro centro. La respuesta parece obvia: "Cuando se toca techo", comenta Miguel Ángel Calero, que tan sólo después de 6 meses de haber abierto su espacio se vio en la disyuntiva de ampliar su centro o desestimar a los muchos interesados que querían formar parte de Cosfera. Sin embargo la capacidad de albergar más coworkers no es la única razón para ampliar un centro, sino el deseo de dar más servicios y a más personas. Esta fue la motivación de los fundadores de Freeland Coworking, según cuenta Francisco Cámara. Ampliar la comunidad significaba ampliar la red de relaciones profesionales de cada uno de los coworkers del centro, ¿y no es esto mejorar el servicio? Para los fundadores de este espacio está claro: “La comunidad de 14 trabajadores que conformaba Freeland Coworking no puede ofrecer lo mismo una de 50 personas”, comenta Francisco. Para ello, no quedó más remedio que triplicar la superficie: no se trata sólo de espacio, sino también y sobre todo de la posibilidad de ofrecer a cada coworker un acceso a un mayor número de perfiles y generar a una comunidad más heterogénea.

Ampliar la comunidad sin perder el sentido de pertenencia

El valor añadido de un centro de Coworking es el sentimiento de pertenencia a una comunidad, por lo tanto la ampliación no es sólo dificultosa por cuestiones de adaptación a un nuevo espacio, sino por la necesidad de mantener la comunidad creada una vez que amplíes el número de miembros. ¿Cómo lograrlo? Apoyarse en los

miembros antiguos del espacio es de gran ayuda para que esas personas se fidelicen y lleguen a captar a nuevos coworkers. No obstante el gestor es siempre el principal conector: él es quien va a hacer que la comunidad se consolide... o no.

Al hablar de la asimilación de nuevos perfiles puede parecer incontrolable moderar las sinergias existentes. ¿Cómo podemos mantener una buena energía si damos entrada a un número considerable de nuevos miembros? "Valorando muy cuidadosamente los nuevos perfiles que entren en la comunidad", afirma Marcelo Vázquez. Aceptar a un profesional por urgencia y descuidar las prioridades a tener en cuenta en la selección de perfiles puede ser un error de graves consecuencias. Por lo tanto la cuidadosa selección no es una medida renunciable. Asimismo, las actividades también resultan de gran eficacia para generar comunidad con los nuevos miembros. En este sentido no sólo son recomendables las actividades que se organizan dentro del espacio, sino las que se organizan fuera de éste ligadas al tiempo libre. Muchos coworkers tienen dificultades para relacionarse cuando están trabajando: sin embargo al compartir actividades lúdicas se relajan más y se relacionan de una forma más personal, lo que luego se refleja de forma evidente en el terreno laboral.

Hacerse mayor no es renunciar a ser uno mismo

Si bien la posibilidad de ampliación no necesariamente debe tenerse en cuenta desde el primer momento, lo que no se puede perder de vista en ningún caso es la comodidad y la posibilidad de que una estructura determinada genere interacción; tampoco a la hora de acometer una reforma o un cambio. Y es que el entorno es quizá el reclamo principal para muchos coworkers a la hora de elegir un centro determinado. Para un profesional independiente su espacio de trabajo constituye una parte esencial de sus referencias: es parte de su imagen y juega un papel fundamental en su relación con los clientes. Éste es un valor que el gestor del espacio tiene que primar en todo momento: el espacio no es de él, sino de los demás, por lo que traicionar su espíritu no entra dentro de los aspectos renunciables. "Es importante que dejes de pensar en lo que tú quieres hacer como gestor para priorizar lo que los coworkers desean o necesitan" , explica Francisco Cámara, de Freeland Coworking. Sin duda esa mentalidad va a ayudar a que la "familia" aumente, y es necesario mantener ese punto de vista, por mucho que un centro de Coworking crezca.

En cuanto a las molestias vinculadas a la ampliación en sí, es importante valorar por un lado la nueva ubicación física del entorno (si te ves obligado a moverte de zona) así como los contratiempos derivados de la migración de puestos. Y es que muchos coworkers encuentran el encanto de un centro en su ubicación ¿Cómo cambiar entonces si corro el riesgo de perder clientes? ¿Pero no estoy perdiendo la oportunidad de ver crecer mi proyecto al quedarme en el mismo espacio en el que no puedo aceptar nuevos miembros? La respuesta no es fácil; cada gestor ha de valorar pros y contras de esta decisión en función de la estrategia que haya seguido para captar a sus coworkers. Lo que sí debe tener presente al reformar o moverse a un espacio nuevo son los cambios que ser harán en cuanto a gestión de éste: si se quiere dedicar también a eventos externos, se prevé intensificar las actividades formativas o modificar la estrategia debe valorarse en la elección del centro y también en la creación de una atmósfera determinada.

Por último, factores como la seguridad (una comunidad mayor implica un tráfico más intenso) o las necesidades materiales (conexión, impresoras, servicios) deben considerarse seriamente si queremos agrandar nuestro proyecto. Todo debe formar parte del necesario plan de expansión, que sólo con la cautela y pericia necesarias, llegará a buen puerto.

Coworking y Crowdfunding

Ponentes: Shopie Lamprou (Impact Hub Atenas), Marta Pizarro (Lánzanos), Hector Castillo (Cercamia).

Moderador: Olivia Czetwertynski (utopic_US)

Uno de los temas que más interés y espacio acapara en los medios de comunicación últimamente es el crowdfunding. Nacido como una red de pequeñas donaciones privadas para ayudar a sacar adelante proyectos generalmente culturales, en los últimos tiempos ha evolucionado y obtenido notoriedad hasta aplicarse también como sistema de microinversión colectiva mediante el que es posible invertir en iniciativas o proyectos empresariales. Para hablar sobre este fenómeno y su relación con el Coworking, la tercera mesa del día II de la Coworking Spain Conference 2014 reunió a Sophie Lamprou (Impact Hub Atenas), Marta Pizarro (Lánzanos) y Hector Castillo (Ceo de Cercamia y colaborador de Traity), moderados por Olivia Czetwertynski (utopic_US).

Sophie Lambrou puede hablar en primera persona de esta corriente. De hecho ellos han puesto en marcha una campaña de crowdfunding para renovar su espacio Impact Hub Atenas y ampliar su comunidad, a cambio de ventajas (descuentos, acceso a actividades del Hub...) que se ofrecerían a aquellos que apoyasen el proyecto. Su objetivo es obtener entre 30.000 y 35.000 euros. ¿Es este un proyecto viable? "Por supuesto que sí", afirmaba Marta Pizarro, quien dijo que es un ejemplo de una campaña que tendría perfecta cabida en la su plataforma crowdfunding para la que trabaja, Lánzanos. "Es importante que aquello que le vayamos a ofrecer a quienes nos quieran apoyar sea algo atractivo. La gente debe entender de que no se trata de pasar la gorra", afirmaba. Si las personas que apuestan por esta iniciativa van a tener acceso a charlas o actividades u otros beneficios similares, como explicaba Sophie, las garantías de que el proyecto tenga salida son muchas.

No obstante uno de los hándicaps de este sistema es la confianza: resulta indispensable conocer el perfil de estos posibles “mecenas”, especialmente en el caso de proyectos orientados a financiar start ups o iniciativas empresariales que implican por lo general inversiones más altas en busca de un retorno, y garantizarles por otro lado que su dinero llega a buen término. Héctor Castillo mencionó la importancia de que contemos con un sistema que garantice la fiabilidad de las transacciones, como puede ser el sistema stándar de reputacion online Traity. "Es necesario contar con un sistema standar de reputación que te facilite información sobre las personas que van a transaccionar", explicaba.

¿Cuáles son los puntos básicos para el éxito de una campaña? Desde la experiencia de Sophie, lo primero es diseñar una estrategia de comunicación muy fuerte: es necesario crear una historia para poder comunicarla a otras personas y que eso las anime a apoyar el proyecto. Por otro lado, antes de sacar la campaña es bueno acercarse a gente que conoces a la que le importa esa iniciativa y que serán embajadores. Por otro lado, y coincidiendo con la recomendación de Marta Pizarro, definir una recompensa atractiva tendrá una gran influencia en el posible éxito de una de estas iniciativas.

La fuerza de este sistema es creciente; cabe entonces imaginar un futuro de éxito para esta corriente y una mayor diversidad de proyectos, con la posible aparición de plataformas más segmentadas y orientadas a comunidades muy específicas. Por otro lado, en el último año se ha pasado de financiar proyectos muy pequeños a otros que requieren cantidades importantes y que van a hacer posible que se genere empleo. Para Marta Pizarro es esta capacidad de crear empleo y de financiar proyectos de más envergadura lo que marcará el futuro de este sistema.

En cuanto al marco legal, a medida que los proyectos han ido haciéndose habituales y teniendo envergadura, es lógico que los gobiernos quieran regularlo. La necesidad de que exista un marco legal al respecto que permita operar con tranquilidad es algo que Marca Pizarro apuntó, en lo que los ponentes coincidieron. “Otra cosa es los términos en los que esto se plantee”, concluía Marta. Sin duda, esto es lo que hay que debatir y analizar.

Coworkings especializados y nuevos modelos de Coworking

Ponentes: Andrea García (Valkiria Hub Space), Eduardo Núñez (WorkClub), César García Sáez (Makespace Madrid).

Moderador: Marc Navarro (CREC)

A medida que el Coworking ha crecido como corriente, también ha generado distintos tipos de centro en función de los objetivos y caracteres de sus fundadores. Así, vemos que existen algunos centros especializados en los que nos encontramos a profesionales de un gremio (comunicación, arquitectura, diseño, proyectos culturales...) o que tienen peculiaridades orientadas a ofrecer ese valor diferencial a los usuarios.

Para ejemplificar esta "diversificación" y hablar de los nuevos modelos de Coworking la última mesa de la jornada reunió a representantes de tres espacios muy diferentes entre sí: Andrea García (Valkiria Hub Space), César García Sáez (Makespace Madrid) y Eduardo Nuñez (WorkClub) que fueron entrevistados por Marc Navarro (CREC) para hablar de sus respectivos proyectos.

Valkiria Hub Space: Coworking entre mujeres. El espacio Valkiria Hub Space, situado en Barcelona, fue creado como aceleradora empresarial para potenciar el emprendimiento femenino. Sus servicios han sido ideados para buscar la conciliación laboral y equilibrar la vida profesional/personal de las mujeres. Andrea García recalcó que no tiene una vocación feminista en un sentido reivindicativo, sino que pretende proporcionar un servicio de apoyo que pueda impulsar los proyectos desarrollados por de mujeres. El centro combina la creación de proyectos de impacto social (Woman Project, mujeres profesionales y emprendedoras; Kids Project, autoconocimiento; Ecofood, escuela de cocina y reinserción laboral para mujeres, y Loves You, cuidado personal) con proyectos con impacto económico (Valkiria Launch, aceleradora de start ups; Valkiria Hub Events, gestión de eventos; Valkiria Hub Space, comunidad; Valkiria Market Share, potenciación del intercambio profesional). Además, pone a disposición de las coworkers un grupo de profesionales que pueden ofrecer asesoramiento de negocio, además de análisis, reorientación de proyectos, mentoring y servicios de marketing y comunicación.

MakeSpace Madrid: fabricar y colaborar. Se trata de un espacio de fabricación digital que impulsa proyectos creativos, y en el que se ponen a disposición de los miembros de la comunidad las últimas herramientas para la creación de prototipos y el desarrollo de productos. "El planteamiento de este centro no es tener en la comunidad a personas que estén haciendo en su espacio una acividad ligada a su medio de vida, sino que buscan aportar conocimiento y adquirirlo", explicó César García. Gestionado por una asociación sin ánimo de lucro, Makespace Madrid es un punto de encuentro de una comunidad de desarrolladores de tecnología e innovación. En la comunidad se lleva a la práctica el intercambio de conocimiento y la producción colaborativa. Entre las áreas en las que trabajan destacan la impresión 3D, la electrónica y los procesos de innovación abierta.

WorkClub Madrid: máxima flexibilidad. Con el slogan "Centro de Coworking avanzado" el enfoque de Work Club está orientado a captar al profesional más nómada, aquél que busca una flexibilidad máxima. "Nuestro cliente elige dónde, cómo y cuándo quiere trabajar", explica Eduardo Núñez. Situados a escasa distancia de la Puerta de Alcalá, WorkClub ofrece un espacio multi-funcional para profesionales autónomos, emprendedores y micro empresas, con una gran diversidad de planes, todos ellos flexibles y pensados para trabajadores que no desean un puesto fijo, bien por disponibilidad o movilidad, pero que sí están interesados en conectar, crear, colaborar y asistir a eventos.

Workshops para gestores: aprender desde la práctica

Tras las mesas redondas que se organizaron durante la mañana, en las sesiones de tarde de la primera jornada de Coworking Spain Conference 2014 se celebraron 4 workshops a libre elección de los asistentes, que pudieron inscribirse en el momento según sus intereses. En todos ellos, los gestores pudieron aprender y/o redescubrir dinámicas para la aplicación de metodologías de trabajo y gestión de procesos que resultan de valor en el entorno colaborativo.

1. Reto Coworking

A cargo de H2i institute, y con Marina Fornes (consultora de innovación, design researcher, service & business designer) como "profesora", esta sesión estuvo orientada a solventar uno de los retos de los centros de Coworking y también una de las principales necesidades: mejorar el trabajo en equipo. Para ello, se abordaron técnicas de resolución creativa de problemas para trabajo en equipo; todo aplicado a un reto común a todos los espacios de cowoking.

2. El Co del Working

Manuela Procopio (Licenciada en Economía e investigadora y analista de tendencias y facilitadora en procesos de diseño de servicios mediante el uso de técnicas de Design Thinking) y Ulrich Schubert (Licenciado en Psicología y Administración de Empresas y especializado en coaching para emprendedores) impartieron este taller. El objetivo era explorar y/o diseñar un negocio propio con el Startup Canvas. Una sesión de alta

intensidad y con múltiples equipos, en la que se usó el Canvas en formato de juego, generando energía y compromiso dentro de los grupos. ¿El reto? Construir una startup en 180 minutos para su lanzamiento.

3. Lets Co

Impartido por Ignasi Alcalde (consultor gestión de conocimiento, aprendizaje e innovación, y docente en Universitat Oberta de Catalunya), el workshop Lets Co estuvo orientado a la utilización de herramientas y buenas prácticas para incorporar la colaboración como un activo de alto valor añadido para cualquier proyecto profesional, especialmente para aquellos ligados a las corrientes colaborativas, como es la apertura de un centro de Coworking. Un aprendizaje que además es una necesidad básica de la nueva economía colaborativa.

4. Dragon Dreaming aplicado al Coworking.

Un taller en el que los participantes dejaron "volar" su imaginación gracias al buen hacer de Iwona Litwiniak (licenciada en nutrición y dietética y Facilitadora de Dragon Dreaming desde mayo de 2013) y Carlos G. de Juan (colaborador del proyecto Dragon Dreaming, y miembro del equipo OuiShare Madrid). Dirgido a individuos y organizaciones que sueñan con conectar, co-crear, crecer y disfrutar, en el Workshops los participantes pudieron conocer las herramientas que este sistema holístico de gestión de proyectos, aplicado al Coworking, ofrece para el desarrollo personal, para potenciar la inteligencia colectiva y para procurar el beneficio del planeta. Tras contar el origen de esta filosofía, los profesores preguntaron a los participantes por su momento Ajá! (instante en el cual nuestra intuición trae a la luz conocimiento: una suerte de revelación). A partir de ahí la inmersión de los mismos en la experiencia fue absoluta.

Conclusiones

La Coworking Spain Conference 2014 (#CwSC) reunió a mas de 200 personas entre gestores de espacios, grandes empresas, instituciones, profesionales del sector, y expertos en tendencias colaborativas procedentes de toda Europa.

La tercera Coworking Spain Conference demuestra el auge que esta sufriendo la filosofía coworking celebrada en Madrid los días 25 y 26 de Abril. El evento reunió a más de 200 personas entre gestores de espacios de coworking, instituciones públicas, grandes empresas e interesados en la sociedad colaborativa, que llenaron el espacio Impact Hub Madrid de la capital.

En las mesas redondas se debatieron aspectos relacionados con temas que van desde la evolución de la economía colaborativa, hacia donde va esta nueva forma de trabajar y los problemas de gestionar un espacio o los errores más comunes cometidos a la hora de gestionar un Coworking hasta los Coworkings especializados y la relación entre Coworking y StartUps . Las mesas redondas se completaron con los talleres que tuvieron lugar por las tardes, que propusieron retos a los participantes como mejorar el trabajo en equipo o diseñar un negocio propio.

Gracias a todas las personas, ponentes, gestores, coworkers, etc. que acudieron a la conferencia se ha demostrado que elCoworking ha pasado de ser meros lugares de trabajo compartido, a convertirse en la punta de iceberg de la economía colaborativa, siendo estos espacios los lugares donde se están gestando muchas ideas de cambio para la nueva sociedad de consumo. En el Coworking el espacio es importante pero lo realmente fundamental son las personas y la gestión de comunidades de personas.

Debemos terminar mencionando que el interés que está despertando en todo tipo de profesionales, instituciones públicas, universidades y grandes empresas, nos animan a seguir trabajando.

Manuel Zea

Gracias

#CwSC

Coworking Spain Conference 2014

Sponsor Oro

Martin Miller's Gin

Sponsors Bronce

Estrella Damm · Correos · Copass Be There. Anywhere · deskmag · Press 42 · Master de Emprendedores Claves prácticas para alcanzar el éxito en tu proyecto · Zona [Co]

Official Media Partner

YOROKOBU
TAKE A WALK ON THE SLOW SIDE

Organizadores

CoworkingSpain®

Impact Hub Madrid · transformar bcn · utopic_US

Coworking Spain Conference 2014

Gracias

COWORKINGSPAIN®